

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.41

Межкультурные коммуникации и деловой этикет

Учебный план: 2025-2026 43.03.02 ИБК Тех и орг внутр и въезд тур в Рос ЗАО №1-3-116.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация внутреннего и въездного туризма в России
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
5	УП	4	4	91	9	3	Экзамен
	РПД	4	4	91	9	3	
Итого	УП	8	4	123	9	4	
	РПД	8	4	123	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и): кандидат психологических наук, Доцент	_____	Гордиенко Наталья Николаевна
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой туристского бизнеса	_____	Бабанчикова Ольга Анатольевна
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Бабанчикова Ольга Анатольевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области международных коммуникаций и делового этикета в туризме.

1.2 Задачи дисциплины:

- охарактеризовать специфику и раскрыть проблемы межкультурных коммуникаций в туризме;
- показать роль межкультурных коммуникаций в развитии туризма;
- дать представление об особенностях делового этикета в аспекте межкультурных коммуникаций в туризме;
- сформировать у обучающихся понятие о современных требованиях к подготовке специалистов в области межкультурных коммуникаций и делового этикета в туризме;
- сформировать практические ситуации с целью закрепления полученных знаний и умений.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Социально-культурные технологии в туризме

Деловые коммуникации в профессиональной сфере

Основы организации и технологии обслуживания в сфере туризма

Менеджмент в туризме

Психология управления

Этнопсихологические аспекты профессиональной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
Знать: специфику межкультурных коммуникаций и делового этикета в сфере продвижения и реализации туристского продукта.
Уметь: выявлять особенности потребителей, партнеров и конкурентов с целью организации эффективной коммуникации в процессе продвижения и реализации туристского продукта.
Владеть: навыками межкультурной коммуникации в процессе продвижения и реализации туристского продукта.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Межкультурные коммуникации в сфере туризма	4				
Тема 1. Характеристика межкультурных коммуникаций в деловой сфере туризма.		1		10	НИ
Тема 2. Роль межкультурных коммуникаций в развитии туризма.		1		10	ИЛ
Тема 3. Формирование межкультурной компетентности специалистов в сфере туризма.		2		12	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Событийный туризм как фактор развития межкультурных коммуникаций	5				
Тема 4. Особенности и характеристика событийного туризма, его роль в развитии межкультурных коммуникаций.		0,5		10	АС
Тема 5. Характеристика Недели Моды как события. Роль Недели Моды в формировании и развитии межкультурных коммуникаций (на примере Недели Моды в г. Санкт-Петербурге, г. Милане, г. Хельсинки).		1		10	АС
Тема 6. Международные коммуникации в туризме в формате Международных выставок в г. Милане (на примере «SUPER», «WHITE MILANO», «The One Milano»).		1		10	ИЛ
Раздел 3. Международный деловой этикет в туризме					
Тема 7. Понятие и значение делового этикета в туризме. Практическое занятие: "Понятие и значение делового этикета в туризме".			1	10	АС
Тема 8. Национальные особенности и деловой этикет в сфере туризма.		0,5		10	АС
Тема 9. Профилактика конфликтов в межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма. Практическое занятие: "Профилактика и преодоление конфликтов в межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма".			1	10	НИ
Раздел 4. Техники и технологии эффективной межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма					
Тема 10. Национальные стили делового общения в туризме. Особенности невербальных компонентов делового общения. Практическое занятие: "Национальные стили делового общения в туризме. Особенности невербальных компонентов делового общения".		0,5	1	10	АС

Тема 11. Организация различных форм делового общения в межкультурной среде.		0,5		10	АС
Тема 12. Коммуникационные барьеры в межкультурных коммуникациях и способы их преодоления. Практическое занятие: "Коммуникационные барьеры в межкультурных коммуникациях и способы их преодоления".			1	11	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	91	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		14,5		129,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-4	- Развернуто и логично излагает содержание вопроса, понимает особенности межкультурных коммуникаций и специфику делового этикета в туризме, в том числе в сфере продвижения и реализации туристского продукта; - определяет культурные и национальные особенности потребителей, партнеров и конкурентов с целью организации эффективной коммуникации в сфере туризма; - применяет полученные теоретические знания, формирует навыки межкультурной коммуникации в процессе выполнения практико-ориентированных заданий.	Вопросы для устного собеседования. Практико-ориентированное задание. Практико-ориентированное задание.

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.	

	Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Не предусмотрены.
Курс 5	
2	Потенциал г. Санкт-Петербурга в развитии межкультурных коммуникаций в событийном туризме.
3	Международные коммуникации в туризме в формате Международных выставок в г. Милане (на примере «SUPER», «WHITE MILANO», «The One Milano»).
4	Характеристика Недели Моды как события. Роль Недели Моды в формировании и развитии межкультурных коммуникаций (на примере Недели Моды в г. Санкт-Петербурге, г. Милане, г. Хельсинки).
5	Особенности и характеристика событийного туризма, его роль в развитии межкультурных коммуникаций.
6	Профилактика конфликтов в межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма.
7	Технологии управления конфликтами в туризме.
8	Конфликты и межкультурные коммуникации в туризме.
9	Понятие конфликта. Специфика конфликтов в сфере туризма.
10	Коммуникативные технологии ведения переговоров с зарубежными партнерами в сфере туризма.
11	Особенности электронного делового дискурса в туризме.
12	Основные правила деловой переписки.
13	Функции делового этикета.
14	Национальные особенности и деловой этикет в сфере туризма.
15	Понятие и значение делового этикета в туризме.
16	Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.
17	Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры в деловой сфере туризма.
18	Межкультурные различия в деловой коммуникации в туризме.
19	Деловая коммуникация как знаковая система культуры.
20	Влияние невербального общения на межкультурное общение.
21	Национальные стили невербального общения.
22	Представители различных культур в переговорном процессе.
23	Особенности вербальной коммуникации в различных культурах.
24	Вербальный и невербальный аспекты делового дискурса.
25	Пути преодоления коммуникационных барьеров в туризме.
26	Культура: понятие, сущность, структура, функции. Культура и туризм.
27	Влияние культурного многообразия мира на индустрию туризма.
28	Способы эффективной коммуникации в сфере туризма.
29	Особенности межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма.
30	Общее понятие межкультурной коммуникации в деловой сфере туризма. Значение эффективной коммуникации в сфере туризма.
31	Формирование межкультурной компетентности специалистов в сфере туризма.
32	Характеристика межкультурных коммуникаций в деловой сфере туризма.
33	Характеристика межкультурных коммуникаций: значение, понятие и классификация.

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практическое задание 1. Межкультурная коммуникация в событийном туризме

Международная выставка «SUPER» в г. Милане функционирует в период Недели Моды и представляет собой новый формат, ориентированный на конкретные требования рынка. В феврале 2019 г. в выставке приняли участие 108 брендов из различных стран, 5900 байеров. Платформа «SUPER TALENTS» представлена молодыми креативными дизайнерами из Армении, Бразилии и Аргентины. В коллекциях дизайнеров прослеживается тесная связь с национальными и культурными особенностями. Вам, как представителям сферы туризма, представляется возможность выяснить у дизайнеров, какова роль моды в развитии туризма в их странах. Сформулируйте общие требования к ведению деловой беседы в межкультурной среде.

Практическое задание 2. Учет особенностей клиентов в процессе межкультурной коммуникации

Вам предоставляется возможность выступить в роли экскурсовода для гостей нашего города из Финляндии, Италии, Франции, Германии и Китая. Каким образом Вы будете учитывать культурные и национальные особенности представителей данных стран при построении беседы?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

+

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме по заранее утвержденным экзаменационным билетам. В каждом билете два теоретических вопроса и одно практическое задание. Обучающимся запрещается пользоваться всеми вспомогательными материалами.

Время, отводимое на подготовку к ответу – 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Бабаева, А. В., Мамина, Р. И., Маминой, Р. И.	Деловое общение и деловой этикет	Санкт-Петербург: Петрополис	2019	http://www.iprbookshop.ru/84671.html
Удалова, И. Б., Удалова, Н. А., Машинская, Е. А.	Менеджмент в туристской индустрии	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/102274.html
Доброштан В. М., Доброштан Т. П.	Мировые культуры и межкультурные коммуникации. Взаимосвязь культуры, искусства и мировоззрения	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019193
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Барынина О.А. Павлова И.К.(ред)	Мировые культуры и межкультурные коммуникации. Теория и практика	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20215056

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационные справочные системы (Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru> , компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованная аудитория, видеопроектор с экраном, компьютер.

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска